

藝術地理學視角下藝術創意移民賦能社區創新研究

——以廣州南亭村為例

吳偲 李芃

摘要：藝術創意人力資本越來越成為促進城市社區更新、激發城市活力的重要推動因素之一。本文以廣州藝術創意群體為研究對象，通過深度訪談、參與式觀察等方法，探討藝術創意移民群體的城市社區空間認知與身份建構，理解藝術創意移民是如何賦能城市社區創新發展。研究發現：1) 社區藝術社群的形成重構了傳統的社交網絡，有效緩解藝術移民群體的文化疏離感；2) 藝術創意移民群體通過藝術創作實踐建構起有別於當地居民的差異化的文化身份；3) 藝術創意移民群體的藝術空間生產推動了社區的更新、活化與創新利用。本研究為優化城市藝術創意人才生態、構建包容性城市藝術創意社區提供理論與實踐參照。

關鍵字：創意階層 藝術創意移民 地方感知 身份認同

Research on the Empowerment of Community Innovation by Artistic Creative Immigrants from the Perspective of Art Geography

--- A Case Study of Nanting Village in Guangzhou

WU Cai LI Peng

Abstract: Artistic and creative human capital is increasingly becoming one of the important driving factors for promoting urban community renewal and stimulating urban vitality. Taking the artistic creative groups in Guangzhou as the research object, this paper uses methods such as in-depth interviews and participatory observations to explore the urban community spatial cognition and identity construction of the artistic creative immigrant groups, and to understand how artistic creative immigrants empower the innovative development of urban communities. The research findings are as follows: 1) The formation of community art communities has reconstructed the traditional social network, effectively alleviating the cultural alienation of the artistic immigrant group; 2) The artistic creative immigrant group has constructed a differentiated cultural identity distinct from that of the local residents through artistic creation practices; 3) The artistic space production of the artistic creative immigrant group has promoted the renewal, activation, and innovative utilization of the

【基金項目】 本文为教育部人文社會科學青年基金項目“城鄉融合發展影響下的粵港澳大灣區聚落空間創新營造研究”階段性成果，項目編號 22YJCZH082；廣東省教育廳高校特色創新項目“藝術創意人才流動與城市吸引力研究”階段性成果，項目編號 2023WTSCX053；廣州市哲學社會科學發展“十四五”規劃共建課題“文化地理學視域下廣州藝術新移民群體的地方性研究”階段性成果，項目編號 2023GZGJ317。

【作者簡介】 吳偲（1987-），華南師範大學地理學博士，廣州美術學院中國畫學院講師，研究方向為藝術地理；李芃（1982-），同濟大學建築學在讀博士，廣州美術學院建築藝術設計學院副教授，研究方向為城市更新。

community. This research provides a theoretical and practical reference for optimizing the urban artistic and creative talent ecosystem and constructing the inclusive urban artistic creative communities

Key words: Creative Class; Artistic Creative Immigrants; Place Perception; Identity Recognition

世界經濟步入新知識經濟時代，當代城市創新發展越來越依賴創意產業。創意產業逐漸成為推動城市經濟增長的主導要素。^{[1]5-13}而人的創造力在創意產業中發揮關鍵的作用，創意人才資本成為創意產業發展的關鍵推動力。^{[2]3-11}21世紀以來，創意階層理論（creative capital theory）受到學者的廣泛關注。創意階層普遍受教育水平較高，擁有共通的價值觀，注重自我價值的實現，追求個性化、開放與多樣的都市生活。^[3]該階層的空間集聚具有明顯的區位偏好，總是高度集聚在某些特定的城市和區域，其聚集度與地方多樣性、地方經濟的增長呈正相關。^{[3],[4]461-476}創意階層注重城市的多樣性、市民的包容性、生活方式的多元化。^[5,6]

藝術創意階層作為創意階層的一種類型，世界各知名城市都通過各種方式源源不斷地吸引世界各地包括畫家、作家、電影界人士、設計師、建築師、音樂家等在內的多領域藝術創意移民不遠千里遷移過來紮根群居，並形成城市中的藝術創意社區^①。藝術創意移民在經歷物理空間的地理轉移後，不僅需要應對社會空間、生活場域和外部環境的巨大轉變，^[7]而且不得不開始思考學習如何感知新的地方環境和社會網絡，^{[1]5-13,[8]}以及文化性身份和歸屬性身份的轉變。^{[9]61-86}因此，本文在回顧以往文獻的基礎上，選取廣州番禺南亭村藝術創意移民聚居區進行研究，探析中國城市藝術創意移民的空間感知機制及其身份認同路徑。

一、研究回顧

（一）何為創意階層？

美國學者理查德·佛羅里達（Richard Florida）提出了創意資本理論。^[3]有別於服務階層（service class）和勞動者階層（working class），創意階層是指具有創意能力和創造力的新興階層和城市群體。^[3]該階層工作的顯著特徵是“創造有意義的新形式”（create meaningful new forms）。^{[9]61-86}他將創意階層分為兩大類：“超級創意核心人員”（super creative core）和“專業化創意人員”（creative professionals）。^{[10]28-35}前者泛指科學家和工程師、大學教授、詩人和小說家、藝術家、藝人、演員、設計師和建築師以及現代社會的“思想領袖”（thought leader

^① 世界著名的創意藝術區包括：美國洛杉磯 The Brewery 藝術村和 SoHo 藝術區、英國倫敦 South Bank 藝術區和 Clerkenwell 藝術場區、意大利米蘭 Zona Tortona 藝術園區、芬蘭 Fiska 藝術村、東京立川公共藝術區、韓國京畿道 Heyri 藝術村、北京 798 藝術區、上海 M50 創意園等。

ship)，如非虛構作家、編輯、文化人物、智庫研究人員、分析師和其他輿論製造者，他們善於創造出易於傳播和廣泛有用的新形式或設計，例如設計一種可以廣泛製造、銷售和使用的產品、提出一個可以在許多情況下應用的定理或策略或者創作一首可以反覆演奏的音樂作品。後者涵蓋了高科技、金融、法律和醫療以及商業管理等知識密集型行業的專業型群體，他們時常利用複雜的知識體系、獨立創造性地解決具體問題。^[11]

藝術創意者作為創意階層中“超級創意核心人員”的一種類型，地理學對藝術創意階層的關注體現在對其移民問題的討論。詹姆斯·R·哈德森（James R. Hudson）觀察紐約蘇荷（SoHo）區藝術創意移民是如何入侵和適應社區空間，甚至取代先前的居民，並使城市街區性質發生改變的過程。^[12]羅伯塔·科穆尼亞（Roberta Comunian）發現在創意產業和創意政策的干預下，藝術創意移民可以通過製造街頭藝術節的形式影響當地社區的社會經濟。^[13]西格麗德·勒伊森（Sigrid Røyseng）揭示了城市不同社會群體的身份（如藝術創意移民、藝術專家和當地社區）在藝術自治、藝術社會價值和藝術公共空間等問題中進行權力的協商。^[14]目前而言，國內地理學者對於藝術創意移民的關注度並不高，雖然有少數學者進行個案比較研究，^[15]但是對藝術創意移民及其所引發的相關社會和空間問題仍缺乏足夠關注。

（二）創意階層的地方感知

創意階層對地方的感知體現在城市選擇和居住策略上，理查德·佛羅里達（Richard Florida）認為良好的城市生活條件能夠吸引創意階層集聚。^[3]查爾斯·蘭德利（Charles Landry）認為創意城市往往對創意階層的集聚有巨大的吸引力。^{[2]3-11}阿萊克·愛潑斯坦（Alek Epstein）等人認為創意階層的遷移與種族的融合和開放程度、地方的創新能力和地方的政策機制等密切相關。^{[4]461-47}總之，創意階層普遍對城市的歷史、藝術等人文環境及對綠化、濕度、溫度、空氣等自然環境的要求越來越高，^{[16]1-12}如對“陽光地帶”（sunbelt）的追求，^[17]而對傳統的工資等經濟條件的要求則明顯較低。^[18]目前國內學者多圍繞創意階層的區位選擇、居住需求、居住偏好等問題展開研究，^[16-18]但是針對以藝術創意為主體的創意移民的生存情境的具體化研究仍有待展開。

（三）創意階層的身份認同

身份認同隱喻了個體共時性的多重歸屬，^[19]體現了個體對某種群體的情感認知和情感依附。^[20]當代學者關注藝術創意移民如何藉助職業和文化身份，實現藝術創意移民在遷入地的身份價值轉化，及通過創造性的場所營造和藝術行動實現藝術家群體的身份認同。亞倫·什庫達（Aaron Shkuda）發現紐約蘇荷（SoHo）藝術區的藝術創意移民藉助職業身份，通過基層倡導、遊說以

及與紐約頂尖藝術家和政客的合作，在地為社區復興做貢獻。^[21]梅根·艾希琳·里奇（Meghan Ashlin Rich）調查了藝術創意移民如何藉助文化身份，在與藝術社區利益相關者（包括社區居民等）的協商中獲得生存的空間，認為通過政治、資本和社區參與不僅有助於藝術創意移民的持續生產，而且能夠建立更具包容性的藝術區。^[22]國內學者也開始試圖對藝術創意移民的身份轉化^[23]、身份認同^{[16]1-12}等話題進行論述，為此本文希望在已有文獻的基礎上，對該類移民展開更為深入的研究和討論。

二、研究設計

本文選擇廣州番禺南亭村藝術創意移民聚居區作為研究案例地。廣州作為廣東的省會城市，以其寬鬆的落戶政策、和諧包容的環境和健全的公共服務體系吸引了大量新知識、新觀念、新技術、新藝術的高質量知識型創意人才來此就業和定居。廣州南亭村位於廣州市番禺區大學城內，該城中村西邊是華南地區著名的藝術學府廣州美術學院、星海音樂學院等藝術專業高校。南亭村周邊高校林立，助推了大量藝術創意移民湧入南亭村，使得如今的南亭村成為一個集現代文化、旅遊、休閒、商業等眾多不同類型與功能於一體的複合型藝術創意移民社區（圖 1）。



圖 1 廣州南亭村向量圖（作者自製，2025 年）

考慮到藝術創意移民的特殊性，本文採用參與式觀察、訪談等能夠充分調動藝術創意移民參與性的質性研究方法來完成相關研究資料的收集。借助高校相關藝術團體資源和熟人推薦等

方式，採用實地田野調查與觀察、半結構式訪談相結合的方法，研究於 2023 年 10~12 月多次進入南亭村的藝術創意移民居住地進行實地調查與觀察。並著重對近 15 名南亭村藝術家進行了半結構式訪談。研究注重訪談對象的性別、年齡、職業、戶籍來源地等背景資訊的差異性，以使訪談樣本更具有飽和性，每次訪談時長約 30min~1h，以進一步認知南亭村藝術創意移民的藝術生產、日常生活和實踐空間。研究藉助開放式編碼（open coding）的方法，對訪談內容進行整理、歸納和解析。

三、藝術創意移民多維度的社區空間感知

首先，藝術創意移民對地方的感知離不開社會網絡的支撐。^[24]在與地方協商與互動的過程中，背井離鄉的藝術創意移民流動到新的地方，原本的社會關係網絡不復存在，新環境的陌生感會令他們感到焦慮、害怕，這也迫使他們建構起一套有別於當地居民的社會關係網絡。這些社會關係網絡呈現成分多樣、關係現代的特點。^[25]調研發現，通常南亭村的藝術創意移民的社會關係網絡以兩種形式出現：一種是基於“朋友/同學/愛人”的親朋好友關係網絡，另一種是基於“藝術家身份”的職業關係網絡。

創意階層數量分佈時常受到城市高等教育能力的影響。^{[10]28-35} 作為“人才培育搖籃”，高等教育不但能夠為城市提供大量的年輕、活力、高認知、高創造力的創意精英，而且也吸引著源源不斷的同類人才聚居到該區域。這也使得許多藝術院校畢業的藝術創意移民會選擇在自己熟悉的、專業相關的高校周邊集聚和定居，他們以“朋友/同學/愛人”等關係作為情感紐帶，共享私人 and 公共空間，從情感心靈到現實物質層面都保持緊密的聯繫，如一起合租以緩解租金等經濟上的壓力或者在工作失意的時候互相支持、幫助和提攜。“因為大學四年在附近生活，在這裡平時和老師同學的交流會比較方便。”（皮具工作室業主，曾女士，43 歲，來廣 21 年）能夠與愛人/朋友近距離地相處、方便與老師/同學交流成為藝術創意移民是否願意在南亭村紮根生活的重要因素。“我對南亭村的認知主要體現在愛人與朋友身上，他們是我的情感寄託。”（動漫工作室員工，譚志峰，27 歲，來廣 5 年）

藝術創意移民追求自主性、個性化、多樣化和創新精神，同時也更追求來自工作本身的滿足。與“同行”交往成為了藝術創意移民感知地方的重要媒介。“藝術家”的職業身份使得原本陌生的大家建立起共同的理想、話題、情感歸屬以及身份上的彼此認同。這些社交聯結往往僅限於公共空間，交往大多建立在專業上的切磋交流、工作上的業務合作，如一起辦畫展、參與藝術活動、共享藝術資訊和信息及創作經驗等。由於缺乏親密性，這類社會關係網絡較之第

1種更為疏離。“南亭村對我來說跟廣州別的城中村並沒有什麼不同，唯一的區別可能在於藝術家比例較大，這也會帶來更多群體間碰撞的有趣火花。”（自由藝術家，小王，31歲，來廣8年）

雖然“同行”之間的交往在空間上有距離感的，但也不排除時間長了，彼此建立友誼並上升為朋友關係。總之，無論是基於“朋友/同學/愛人”的親朋好友關係網絡，還是基於“藝術家身份”的職業關係網絡，都是藝術創意移民在與遷入地的互動與實踐過程中，所營建起來的新的社會關係網絡。新的社會關係網絡的成功構建在一定程度上排解了移民者內心的孤獨。這些社會關係網絡相互交織，使得藝術創意移民能夠從中獲得情感上的安全，克服焦慮的情緒，滿足其多樣化的情感需求和情感體驗，讓他們獲得持續紮根在新地方的勇氣和信心。

其次，南亭村淳朴且和諧的生態環境和人居環境不僅是影響藝術創意移民感知地方的重要因素，也是吸引藝術創意移民聚居南亭村的內在動因（圖2）。藝術創意群體不喜歡繁華都市裡高聳、冰冷的大廈和水泥牆，過分雕琢、刻意營造的都市空間毫無美感可言。他們認為這與他們追求的個性化、創意性的工作和生活理念背道而馳，那種工業氣息濃重、重複性統一化的工業產物毫無生命力。深入南亭村發現，藝術創意移民經營的文玩店、書畫店、書屋、瓷器店、手工藝品店、木工坊、畫廊、音樂培訓工作室、雕塑創作社、攝影工作室等與藝術相關的店舖星星點點地坐落在南亭村的街巷之中。這些藝術創意空間被嵌合到南亭村的村屋之中，與南亭村古村落的懷舊氣息相互融合。同時，南亭村遠離都市中心圈，藝術創意移民非常認同村民們不緊不慢、悠然自得的生活態度和村落生活。“相比其他地區的城中村，南亭村的環境還是有著天然優勢，居住人群也相對穩定。”（攝影工作室業主，歐先生，33歲，來廣10年）

與被現代性所同化的城市生活相比，南亭村和諧、溫暖的人居環境顯得更具人情味。伴隨著城鎮化的發展和城市規模的擴大，城市裡人情的溫暖和社會的互助變得越來越少，城市人情淡薄的現象越來越普遍，人與人之間缺乏足夠的時間和機會去建立起更深入的聯繫。原本親密的鄰里關係逐漸被冷漠取代。作為廣州城中村，南亭村卻表現出疏離於城鎮化之外的地方特點。在移民者的口中，南亭村裡的村民表現出更加真誠、淳朴、善良，在待人接物上也更加樂於助人且不愛算計。他們性格大多熱情好客、真誠坦率。與之交際，不需要過多的提防戒備，說話更不會拐彎抹角。當鄰里困難的時候，南亭村民願意伸出援助之手，並給予一定的幫助。實質上，南亭村以血緣世親宗祠為情感紐帶基礎的“大家庭”式的人際交往方式，對於初到陌生環境定居的藝術創意移民而言，是非常難得的情感支持和精神慰藉。“在我印象中，南亭村民的熱心淳朴，我偶爾會參加南亭村當地的一些活動，我們之間的一些交流都會讓我更加認識南亭

村的環境。”（吉他工作室員工，小肖，31歲，來廣11年）



圖2 關氏祠堂近年來逐漸成了廣美師生策劃藝術展覽的勝地^①

四、藝術創意移民基於身份建構的藝術空間營建

首先，任何城市內部的身份從來都不是單一與同質的，而是呈現出多樣化的特徵。^[26]藝術創意階層的成功主要是由個人才能或創意優點決定的，他們渴望追求藝術的本真，享受自由開放的個體發展空間，不想被外界所定義。南亭村的藝術創意移民藉助“特立獨行”的工作方式，通過不斷地、持續性地進行藝術的空間生產，從而彰顯並形塑起自身的身份特質，建構起群體的身份價值和身份意義。

南亭村疏離於城市之外的獨特的外部工作環境，給予藝術創意移民包容且富有彈性的工作節奏。走訪觀察發現，南亭村遠離城市快節奏的繁華地段，無形中與藝術創意者追求的行動自由、精神高尚、無拘無束的工作態度和工作模式吻合。這也使得許多藝術創意移民並沒有在城市資本運行的體系中妥協，而是游離於與現代化的社會規則之外。南亭村集予設計工作室的創辦人林建規，在村裡開辦一家手工皮藝作坊，教白領手工打造個性化的皮具。他說：“南亭村的生活節奏很慢，很適合閒下心來進行藝術創作。”在藝術創意群體眼裡，工作的意義、靈活性和安定性，^[27]甚至比薪酬多少更重要。

^① 圖片來源於網絡：<https://mp.weixin.qq.com/s?biz=MzA4NzAxNzYyMQ==&mid=2649907078&idx=1&sn=ad25ff28bb8c35ec7d77387199594420&chksm=88392e7cbf4ea76ac6075672c16bac93dee7d9aa455ae8601ae51b059b270bf50f413a015e48&scene=27>

事實上，藝術創意移民的日常工作狀態並非完全“懶散”。許多藝術創意移民生活和工作的作息都非常有規律。藝術的空間生產作為維持生計的手段，他們有的甚至像上班一樣嚴格控制自己每天的工作總量和藝術創作時間，保證藝術工作和藝術項目井然有序地往前推進。但總體而言，有別於城市快節奏、死板的工作流程和模式，藝術創意移民在藝術空間生產的過程中，有著一套自己獨特的工作倫理和城市生存方式，突顯出不同於城市其他社會群體的身份標籤。藝術創意移民不會因為外界的凝視而質疑自己文化身份和職業身份的特質，而且這種基於工作倫理層面上的身份標籤使得他們願意長期堅持這種不被外界定義的工作狀態。

有別於其他參與經濟活動的社會群體，藝術創意移民認為他們與之最大的區別在於是否將藝術生產置於經濟行為之上，即藝術作品作為商品出售時，是否優先考慮作品的藝術價值和精神價值，而不是經濟價值。一方面，雖然大部分藝術創意者視金錢為藝術生產過程中不可或缺的條件。“只有在經濟上獲得一定保障，方能更專注於藝術創作，避免生計問題的干擾。”（服裝設計工作室業主，樂樂，29歲，來廣6年）因此，他們通過出售作品、接受委託創作或參與藝術市場活動等途徑來獲得經濟收益。這種做法在一定程度上有助於藝術創意移民維持生計，同時也有助於藝術作品的傳播與普及；另一方面，他們又對金錢持有較為超脫的態度。“藝術創作應追求精神價值的純粹性，避免物質利益的過度干擾。”（藝考培訓業主，阿莫，22歲，來廣2年）藝術創意移民更重視藝術生產過程中的自我表達與情感宣洩，而非過分注重作品的市場價值。他們可能選擇以較低價格出售作品，甚至將作品贈予親友或捐贈給公共機構，以彰顯藝術的本真性。總之，他們將自己的這種金錢邏輯貫徹到藝術生產和藝術品交易的過程之中。

其次，為了維持社會網絡社交和經濟活動，藝術創意移民非常重視藝術空間的打造與營建。藝術創意者通過藝術空間的營建，重新尋找到人地之間的連接，以此獲得外界對其文化和職業身份的尊重、認同，實現新身份的在地化。^[28]位於南亭村西社大街二十一巷的琥珀藝術工作室即是一個藝術空間營建的成功例子。該藝術工作室位於村屋二樓，透明玻璃隔斷將工作室分成兩個空間和區域：會議室和畫室。會議室牆上掛著3幅清新淡雅的油畫作品，溫暖的射燈投向牆面上的作品，讓人彷彿置身於藝術畫廊之中。另一面的儲物櫃上整齊的放著多個美術培訓的素描教具模型石膏像，以供學生上課使用。整潔的白色會議桌放著若干藝術家畫冊和美術集訓備考范畫書籍。畫室作為學生的作畫空間，畫板、畫布、畫架及道具台都井然有序地歸置在各個牆角。在這裡，藝術空間的營建疊加出雙重意義：藝術空間不僅是藝術創意移民身份的空間表徵，而且能夠使社區裡不同社會群體相互之間建立起來的差異化的關係強化了各自群體的身份認同以及群體之間的界限。^[29]

五、藝術創意移民的藝術空間助推社區功能更新

藝術空間不僅是藝術創意移民創業孵化的基地，更是移民者能夠長久定居在南亭村的立身之本。藉助藝術空間的營建，藝術創意移民不僅強化了對自我群體的認同感，而且確保群體身份的獨立性、優越性和純粹性，更是助推和實現藝術創意對於社區功能的賦能、更新和活化的有效手段。

藝術創意移民在藝術空間生產過程中，將自我和同樣開店的其他經營者區別開來。社區裡的藝術空間不像大多追求冰冷壓抑、緊張工作模式和商業行為的城市商業空間。藝術空間往往被視為藝術創意群體創意思維和創造力輸出的媒介和容器，他們將個人的藝術情感和審美融入到空間的產品和服務之中，不盲目追求市場熱點，不會為了追求經濟利益和效率而犧牲空間的藝術性和獨特性。這種生產方式使得每個藝術空間都充滿個性和創意，具有獨特的風格和靈魂，能夠吸引那些尋求個性化和高品質生活的消費者。藝術空間元素和現代商業空間元素的互相融合，使得藝術創意移民能夠吸引到志同道合的客戶和合作夥伴，建立起忠實的粉絲群體。

藝術空間既是藝術創意移民進行藝術生產的地方，也是能夠保障個體生活、進行藝術交流、展開經濟活動的“關係”空間。藝術創意移民不僅僅將藝術空間的營建視為賺錢的手段，更是為了展現藝術的社會價值和城市意義。他們保有一種職業的使命感和責任感，希望推動藝術與商業的融合，為城市注入美好、創意、個性的精神內涵。如藝術創業者周廣能在南亭村裡創辦了“廣州院派”兒童美術培訓機構，該項目的孵化很成功，在廣州青年創業大賽獲得最具創意大獎；藝術創業者黃仕法 2014 年在南亭村租下一間房子，創辦了 168 木工坊，以手工打造個性化的木制餐具生活用品，其作品逐漸成為 HI 百貨、289 玩藝的常客（圖 3）。

與此同時，在藝術創意經濟的帶動下，社區也出現了許多藝術服務類產業。南亭村的西社大街作為美術用品一條街，其中鱗次櫛比的畫材商舖出售各種美術工具和材料。這裡有專門針對藝術創意群體售賣的各類藝術商品，以方便他們獲得日常的工作的材料和工具。走在巷裡，不時能夠看到藝術創意群體在挑選自己需要的工具和藝術用品，或者與商家洽談業務，如馬利畫材專賣店、深巷畫材、老李畫框、小李木制品加工場等。走訪中得知，店內的服務也是多種多樣，除了零售的藝術工具和畫具材料琳琅滿目、應有盡有，而且還會為藝術創意群體提供一些特殊的服務，如定制畫框、裝裱作品、作品掃描印刷、作品寄存、搬運或運輸服務等等。本質上，商舖及畫材店的服務是決定和影響藝術創意者是否能夠順利完成藝術作品創作的重要環節之一。他們不僅是藝術創意者完成藝術創作的共謀者和合作夥伴，而且是藝術創意產業經濟鏈條中的重要推動者。藝術創意移民在一定程度上會因為依賴畫材店的便捷服務而決定是否在

南亭村長期駐留。“我與村裡的一些藝術用品店的老闆相對熟悉。也加了微信，以便他們隨時可以為我服務。”（陶藝工作室業主，吳小姐，34歲，來廣10年）

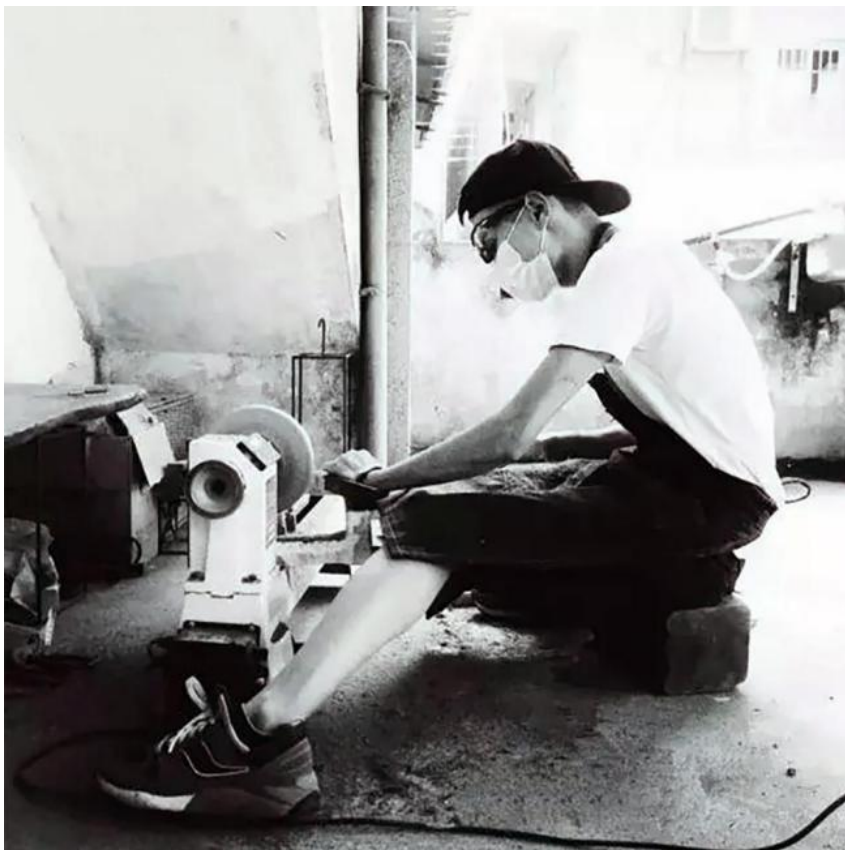


圖3 藝術創業者黃仕法在他的南亭村工作室裏打造個性化的木制餐具生活用品

（圖片來源於網絡）

六、結論與討論

伴隨以創意產業為主導的新興創新經濟迅猛發展，創意階層成為地區經濟增長的驅動力。課題以廣州番禺南亭村藝術創意移民為研究對象，藉助訪談、觀察等方法，從微觀上揭示當下城市藝術創意移民的地方性面貌，探析該移民群體對社區的空間感知和身份建構，理解該群體的工作情態和生存境遇，為助力城市創意移民政策的規劃和制定及推動區域城市人才協調發展提供實證依據和理論參考。研究發現：

新的社會關係網絡成為藝術創意移民接納和感知新環境的動力和手段。在城市的長期生活，藝術創意移民為了生存，逐漸學會使用更多的時間和精力進行持續動態的主體性重構，^[30]利用不同的社會關係網絡努力在城市中獲得生存機會。藝術創意移民通過重新構建新的社會關係網絡來感知地方、獲得情感支持，以便迅速融入遷入地。而南亭村獨特的人居生態環境是藝術創

意移民心中理想的家園。作為一個在現代進程尚未被完全開化的地方，南亭村正好滿足藝術創意移民暫時性地逃離快節奏都市生活的願望。相較於城市高樓大廈裡冷漠、戒備心強的城里人，南亭村穩定的居住群體、熟悉的創作環境、大家庭式的友鄰關係等積極的地方感受都使得藝術創意移民將之視為未來發展和居住的理想之處。

藝術創意移民群體的身份屬性通過藝術的空間生產來建構，藝術創意移民群體的身份認同在藝術空間營建中被強化。作為自我定義的重要標尺，藝術創意移民認為現代社會的成功並不是他們追求的理想和嚮往的生活。藝術創意移民個性化自由的藝術生產與大規模的工業化生產是天然對立的。在這場權力的博弈與協商中，他們在藝術理想與滿足市場需求之間找到平衡點。為此，藝術創意移民藉助藝術的空間生產，既保持創作的獨立性，建構起個體新移民的身份標籤，又避免被城市資本裹挾，從中確立了群體在城市中的文化身份和職業身份。創意階層注重工作的價值意義、靈活性，他們的個體認同感往往來源於其所從事的職業而非所供職的企業。^[3]藝術創意移民認為藝術空間營建最重要的目的不僅僅是為了賺錢，而在於為自己提供一個能夠與“同道中人”共享藝術的交流場所和平台。藝術創意移民主觀能動的藝術空間營建不僅滿足了移民者對自身身份的想象和理解，而且讓該群體的身份認同變得更加複雜、更具張力。

藝術創意移民群體創建的藝術空間還是助推和實現藝術創意對於社區功能賦能、更新和活化的有效手段。藝術創意移民將自身的創意成果融入到社區的建設和發展中，通過舉辦各類藝術展覽、文化活動等形式，吸引了大量的人流和資源湧入社區。這些活動不僅豐富了社區居民的文化生活，提升了他們的文化素養和審美水平，還帶動了社區商業的繁榮發展，為社區帶來了新的經濟增長點。此外，藝術創意移民的創意實踐還能夠激發社區居民的創新意識和參與熱情，促使他們積極參與到社區事務的管理和建設中來，從而實現社區功能的全面更新和活化，推動社區朝著更加和諧、繁榮、富有活力的方向發展。

總之，如今藝術創意階層的移民問題已經成為學者需要關注的理論問題和不可迴避的現實話題。為此，本文認為城市管理者應該創造更多有利的藝術創意移民的生存和發展的扶持政策 and 培育機制，如為藝術創意移民創造良好的城市生態環境和基礎設施條件，提供高品質的生活機遇和城市舒適體驗；系統評估藝術創意移民的城市價值，調動藝術創意移民的職業身份優勢，助力城市資源和創意經濟的整合式發展；重視影響藝術創意移民發展的制約因素，制定有針對性的、全面的、有效的城市藝術創意移民發展政策；注重創意社區營建，為藝術創意移民的創新孵化提供外源性動力。

【參考文獻】

- [1] 厲無畏, 王慧敏. 創意產業促進經濟增長方式轉變——機理·模式·路徑[J]. 中國工業經濟, 2006, 22 (11): 5-13.
- [2] Landry C. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators[M]. London: Routledge, 2012: 3-11.
- [3] Florida, R. The Rise of The Creative Class[M]. New York: Basic Books, 2002.
- [4] Epstein A , Kheimets N. Immigrant Intelligentsia and its Second Generation: Cultural Segregation as a Road to Social Integration?[J]. Journal of International Migration and Integration/Revue de l integration et de la migration internationale, 2000, 1(4): 461-476.
- [5] 陳媿, 喻金田. 歐洲學者對創意資本理論的質疑與完善[J]. 管理現代化, 2012, 31(3): 62-64.
- [6] Wang G Y. Talent Migration in Knowledge Economy: The Case of China's Silicon Valley, Shenzhen[J]. Journal of International Migration and Integration, 2021, 22: 1-22.
- [7] 馬德峰, 李風嘯. 近十年來我國城市新移民問題研究述評[J]. 學術界, 2010, 26(11): 220-227.
- [8] 熊遠來, 陳微. 農民工自我重塑與城市適應[J]. 蘭州學刊, 2009, 29(9): 92-95.
- [9] 張文宏, 雷開春. 城市新移民社會認同的結構方程[J]. 社會學研究, 2009, 23(4): 61-86.
- [10] 洪進, 余文濤, 楊鳳麗. 人力資本、創意階層及其區域空間分佈研究[J]. 經濟學家, 2011, (9): 28-35.
- [11] Florida R. Cities and the Creative Class[J]. City & community, 2003, 2(1): 3-19.
- [12] Hudson J R. Pioneer Artists and Middle Class Settlers: Lifestyle Variables and Neighborhood Succession[J]. Lifestyles, 1988, 9(3): 250-263.
- [13] Comunian, R. Temporary Clusters and Communities of Practice in the Creative Economy: Festivals as Temporary Knowledge Networks[J]. Space And Culture, 2017, 20 (3): 329-343.
- [14] Royseng, S. Public Art Debates as Boundary Struggles[J]. International Journal of Cultural Policy, 2022, 28 (5): 581-594.
- [15] 朱竑, 錢俊希, 呂旭萍. 城市空間變遷背景下的地方感知與身份認同研究——以廣州小洲村為例[J]. 地理科學, 2012, 32(1): 18-24.
- [16] Mccollum D, Liu Y, Findlay A, et al. Determinants of Occupational Mobility: the Importance of Place of Work[J]. Regional Studies, 2018, 52(12): 1-12.
- [17] Glaeser E .Triumph of The City: How Our Greatest Invention Makes Us Richer, Smarter, Greener, Healthier, and Happier[M]. New York: Penguin Press, 2012.
- [18] Petrikova K, Vanova A, Borsekova K. The Role of Creative Economy in Slovak Republic[J]. Ai & Society, 2013, 30(2): 271-281.
- [19] Taylor C. Sources of the Self: The Making of the Modern Identity[M]. Cambridge: Harvard University Press.1989.

- [20] Philip G. Identifying Identity: A Semantic History[J]. *The Journal of American History*, 1983, 69(4): 910-931.
- [21] Shkuda A. The Artist as Advocate and Speculator: Real Estate and Public Policy in SoHo, New York[J]. *Journal Of Urban History*, 2015, 41 (6): 999-1016.
- [22] Rich M, 'Artists are a Tool for Gentrification': Maintaining Artists and Creative Production in Arts Districts[J]. *International Journal of Cultural Policy*, 2019, 25 (6): 727-742.
- [23] 何深靜, 錢俊希, 徐雨璇, 等. 快速城市化背景下鄉村紳士化的時空演變特徵[J]. *地理學報*, 2012, 67(8): 1044-1056.
- [24] Massey D S, Arango J, Hugo G, et al. Theories of International Migration: A Review and Appraisal[J]. *Population and Development Review*, 1993(3): 431-466.
- [25] 李志剛, 劉擘. 中國城市“新移民”社會網絡與空間分異[J]. *地理學報*, 2011, 66(6): 785-795.
- [26] Massey D. *Space, Place, and Gender*[M]. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994.
- [27] 易華. 創意階層理論研究述評[J]. *外國經濟與管理*, 2010, 32(3): 61-65.
- [28] 孫九霞, 周尚意, 王寧, 等. 跨學科聚焦的新領域: 流動的時間、空間與社會[J]. *地理研究*, 2016, 35(10): 1801-1818.
- [29] Kwan M P. Mobile Communications, Social Networks, and Urban Travel: Hybertext as a New Metaphor for Conceptualizing Spatial Interaction[J]. *The Professional Geography*, 2007, 59(4): 434-446.
- [30] 尹鐸, 蔡慕言, 梁金多, 等. 廣州城市流浪乞討者的空間管治與日常生活實踐[J]. *地理科學*, 2019(3): 441-458.